

# SoMe- og medieguide

## Til arrangører af Klovneløb

### Det kan du gøre på sociale medier

#### Gør opmærksom på dit løb på sociale medier

Vil du gerne hverve flere deltagere til dit løb, kan det være en god idé at dele det på dine sociale mediekkanaler som fx Facebook, Instagram og LinkedIn. I vores digitale mediekit finder du illustrationer, du kan bruge i dine opslag. Du finder også en forklaring og fortælling om Klovneløb, som du kan lade dig inspirere af i din kommunikation.

#### Engager dit eget netværk

Bed venner, familie og lokale virksomheder om at dele dit opslag på deres sociale mediekkanaler, så det kan nå endnu bredere ud.

#### Engager dit lokalområde

Der findes mange lokale grupper på Facebook, der sætter fokus på arrangementer i lokalområdet. Find en eller flere relevante grupper at dele dit opslag i. Sørg for at holde øje med kommentarerne, så du løbende kan svare på spørgsmål om dit løb og engagere dig i dialogen med de interesserede.

#### Opret en Facebook-begivenhed om dit løb

En Facebookbegivenhed kan være en god måde at skabe opmærksomhed omkring dit løb. Hvis du er i tvivl om, hvordan du opretter en begivenhed, kan du følge denne guide:

1. Gå til din Facebook-profil.
2. Klik på "begivenheder" og vælg "opret begivenhed".
3. Tilføj navn, dato, tidspunkt og sted.
4. Skriv en kort og indbydende beskrivelse af dit Klovneløb.
5. Upload et flot billede (brug evt. vores materialer fra mediekittet).
6. Inviter dine venner mv. til begivenheden og del begivenheden i relevante, lokale Facebookgrupper.
7. Sørg for, at begivenheden er åben, så alle kan finde den. Du skal altså ikke vælge "privat begivenhed".
8. Husk at gøre det tydeligt, at alle deltagere skal købe billet til klovneløbet på klovneløb.dk. Det er altså ikke nok, at de har tilmeldt sig dit event på Facebook.

## Sådan kan du skabe presseomtale af dit løb

### 1. Udfyld vores skabelon til en pressemeddelelse

I dette mediekit finder du en skabelon til en pressemeddelelse, som du selv kan udfylde med de vigtigste detaljer om dit løb. Den kan du bruge til at skabe omtale af dit Klovneløb i de lokale medier.

### 2. Find de rette medier

De lokale aviser, ugeaviser, radio- og tv-stationer elsker gode, lokale historier. Find kontaktoplysningerne på journalister, der dækker lokale events eller foreninger. Du kan typisk finde dem på mediets hjemmeside.

### 3. Send pressemeddelelsen i god tid

Send pressemeddelelsen ud på mail ca. to uger før løbet, så journalisterne har tid til at planlægge dækning. Vedhæft pressemeddelelsen til din mail og skriv selv en kort introduktion i selve mailen. Husk at skrive, hvad det drejer sig om i emnelinjen. Det kan fx være: "*Klovneløb i Glostrup – vi løber for syge børn*".

### 4. Følg op på din henvendelse

Har du ikke hørt noget efter nogle dage, kan du ringe til redaktionen eller sende en venlig opfølgning. Journalister får mange henvendelser, så en lille påmindelse kan øge dine chancer for omtale.

### 5. Inviter pressen til selve løbet

Send en påmindelse et par dage før dit løb og tilbyd interviews med dig eller nogle af deltagerne, hvis du har mulighed for det. Journalister elsker personlige vinkler og gode billeder!

## Det bør du være opmærksom på i din kommunikation

### Hold tonen positiv

Som klovneløbsarrangør repræsenterer du Danske Hospitalsklovne. Vi sætter derfor stor pris på, at du altid kommenterer og svarer venligt og imødekomme på alle beskeder og henvendelser.

### Undgå for lange tekster i din kommunikation

Undgå alt for lange beskrivelser og fortællinger om dit løb på sociale medier. Hold dine opslag korte og præcise. Så er der større chance for, at de bliver læst.

### Brug ikke billeder af andre uden deres samtykke

Vi bliver altid glade for at se billeder fra jeres Klovneløb rundt om i landet, men inden du deler billederne, skal du være helt sikker på, at du har tilladelse fra de børn og forældre, der er med på billederne.

**Tusind tak for din indsats – vi glæder os til en masse fantastiske øjeblikke til Klovneløb!**